RENCANA PEMASARAN INDIHOME MELALUI VIRAL MARKETING DENGAN AKTIVITAS #KONGKOWINDIE PADA PT. TELKOM INDONESIA. Tbk
RIZKI FIRMANSYAH, DR. Ike Janita Dewi, MBA
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

ABSTRAK……i

ABSTRACT…… ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN…….. iii

KATA PENGANTAR …… iv

DAFTAR ISI…… vii

DAFTAR GAMBAR…… xi

DAFTAR TABEL…….. x

DAFTAR GRAFIK…… xi

BAB I. LATAR BELAKANG……1
I.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan …… 1
I.2. Lingkungan Internal Perusahaan ……... 5
I.3. Rumusan Masalah …… 6
I.4. Tujuan Penelitian …… 7
I.5. Manfaat Penelitian…… 7
I.6. Sistematika Penulisan ……8

BAB II. KERANGKA TEORI……... 9
II.1. Tentang IndiHome ……9
II.2. Tentang Excelso……..11
II.3. Landasan Teori……13
II.3.1 Penelitian Sebelumnya……13
II.3.2 Komunikasi Pemasaran……18
II.3.3 Pemasaran Digital (Digital Marketing) ……25
II.3.4 Segmenting, Targeting, Positioning……..31
II.3.5 Model Teoritikal……35

BAB III. METODE PENELITIAN……... 53
III.1. Desain Penelitian dan Rancangan Penelitian …… 53
III.2. Objek Penelitian …… 53
III.3. Metode Pengumpulan dan Interpretasi Data …… 54
III.3.1 Jenis dan Sumber Data ……54
III.3.2 Teknik Pengumpulan Data …… 55
III.3.3 Identifikasi Narasumber …… 59

RENCANA PEMASARAN INDIHOME MELALUI VIRAL MARKETING DENGAN AKTIVITAS #KONGKOWINDIE PADA PT. TELKOM INDONESIA. Tbk
RIZKI FIRMANSYAH, DR. Ike Janita Dewi, MBA
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

III.3.4 Panduan Wawancara 60
III.3.5 Metode Analisis Data 62

BAB IV. ANALISIS 64
IV.1. Analisis Situasi 64
IV.2. Analisis PESTEL 74
IV.3. Analisis Porter's Five Forces 83
IV.4. Analisis SWOT 86

BAB V. RENCANA PEMASARAN INDIHOME MELALUI VIRAL MARKETING #KONGKOWINDIE 91
V.1 Pre- Event 94
V.2 Event 104
V.3 Pasca Event 105
V.4 Rencana Aksi 106

BAB VI. DAFTAR PUSTAKA 108